

PENGARUH ULASAN ONLINE, PEMASARAN VIRAL, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Pada Konsumen Brand Wardah di Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

LULU UL WAL MARJAN

12010121140347

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025